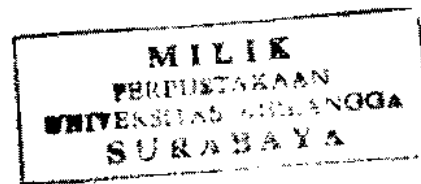


**PENGARUH MOTIF RASIONAL DAN MOTIF
EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PONSEL NOKIA 7200 DI SURABAYA**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN



DIAJUKAN OLEH

YULIA FITRIA

No. Pokok : 040016802

KEPADA

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2004

SKRIPSI

**PENGARUH MOTIF RASIONAL DAN MOTIF EMOSIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL NOKIA 7200
DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :
YULIA FITRIA
NIM : 040016802**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Tanti Handriana, SE, M.si

TANGGAL 3-12-2004

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



Prof. DR., H. Amiruddin Umar, SE

TANGGAL.....

ABSTRAKSI

Selain untuk memenuhi kebutuhan sebagai alat komunikasi ponsel juga berkaitan dengan gengsi khususnya untuk merek-merek yang terkenal sehingga konsumen dalam membeli ponsel tertentu selalu disertai dengan motif-motif tertentu dan sesuai dengan pertimbangan pribadi. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong kegiatan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan (Dharmmesta dan Handoko, 2000:77).

Motif dibedakan berdasarkan faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan pembelian ada dua yaitu motif rasional dan motif emosional. Motif rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen. Menurut Manning dan Reece (2004:151) menyatakan bahwa beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu persepsi pelanggan dan motif pembelian. Motif pembelian ada dua macam yaitu (1) motif rasional dan atau motif emosional, (2) motif pembelian produk dan atau toko langganan (*patronage*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara motif rasional dan motif emosional dengan keputusan pembelian ponsel Nokia 7200 di Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik karena analisis tersebut digunakan untuk menunjukkan hubungan antara variabel terikat (Y) terhadap variabel bebas (X1 dan X2), dimana variabel terikatnya merupakan variabel kategorik (Ghozali, 2001:120). Pengoperasian analisis regresi logistik ini menggunakan SPSS versi 11,5 menghasilkan persamaan regresi logistik :

$$Y = \ln \left[\frac{p}{1-p} \right] = -49,848 + 6,515 X1 + 6,317 X2$$

Sedangkan untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji Wald, dan untuk menguji hipotesis secara simultan digunakan uji Chi Square. Hasil pada uji Wald dan Uji Chi Square menunjukkan bahwa pengaruh motif rasional dan motif emosional signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Nokia 7200.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil koefisien determinan Nagelkerke yang sebesar 0,884 menunjukkan peran kedua variabel tersebut (motif rasional dan motif emosional) terhadap keputusan pembelian sebesar 88,4 %. Sedangkan sisanya sebesar 11,6 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, sehingga membuktikan bahwa motif rasional dan motif emosional memiliki peran yang sangat penting dalam keputusan pembelian ponsel Nokia 7200 di Surabaya.

Penelitian lebih lanjut tentang keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel motif rasional dan motif emosional akan sangat berguna baik bagi pihak-pihak pemasar dan pebisnis maupun untuk kepentingan keilmuan tentang perilaku pembelian konsumen